

Il naso di Afrodite: archeologia della bellezza olfattiva

Marco Mazzeo

Università della Calabria
marco.mazzeo@unical.it

Abstract In *L'estetica antica*, Italian philosopher Gianni Carchia argues that the concept of beauty in ancient Greece has two characteristics. The first: beauty would be linked to Aphrodite and her mythological profile. The second: Aphrodite's beauty would only be visual. The article seeks to show the theoretical importance of the first thesis and, at the same time, the unsatisfactory character of the second. Precisely because Aphrodite is fundamental to the Greek concept of beauty, the olfactory character of the goddess is also part of it. The sense of smell is also an aesthetic sense, open to language and capable of offering beauty.

Keywords: *Aisthesis*, Ancient Perfumery, Aphrodite, Carchia, Smell

Received 08/08/2022; accepted 06/12/2022.

1. Carchia e il paradigma visualista

Ancora oggi l'estetica e la filosofia del linguaggio, almeno nelle forme *mainstream*, non si sono disfatte della comune diffidenza verso la percezione olfattiva. Certo, è possibile assistere a un'inversione di tendenza. In campo linguistico, ad esempio, gli studi di Asifa Majid hanno fornito materiale empirico metodologicamente rigoroso in grado di contrastare *cliché* secolari (per una rassegna: Mazzeo, in stampa a); in quello estetico a questo mondo sensoriale sono dedicati i lavori di Diaconu (2005) e Shiner (2020) oltre a interi numeri di riviste autorevoli¹. Si tratta, però, di un percorso complesso e probabilmente non breve giacché, nel XX secolo, raramente si è tentato di includere questa modalità sensoriale a pieno titolo nella ricerca estetica (Tellenbach 1968; Roudnitska 1977). Ripetute, inoltre, sono state le affermazioni di autori importanti per gli studi linguistico-cognitivi circa la presunta primitività degli odori (Sperber 1974; Pinker 1997). Più in generale nella tradizione filosofica occidentale diffuso è lo stereotipo secondo il quale l'olfatto sarebbe senso del silenzio: il naso tradirebbe la biologia degli antenati, la scimmia che è in noi, il topolino che si nasconde nella nostra testa (per una rassegna: Jaquet 2010). Che l'olfatto sia il senso più istintivo non ci piove, recita il ritornello, per questo il nostro mondo culturale lo avrebbe sempre messo ai margini dell'esperienza percettiva.

¹ Si veda, a tal proposito, il numero tematico della *Rivista di Estetica* (LXI, 78, 3/2021). Ringrazio il *referee* anonimo per l'indicazione e l'attenta lettura critica del testo.

A tal proposito, è di particolare rilievo la proposta di uno dei più originali filosofi italiani del secondo Novecento, Gianni Carchia. Il suo libro, peraltro importante, circa l'estetica antica si apre con un'affermazione perentoria: «nella Grecia classica l'apparenza estetica consiste in [...] un fenomeno essenzialmente visivo» (Carchia 1999: 3). Le frecce di cui dispone una tesi che potremmo definire “visualista” sono affilate. Si pensi, ad esempio, a un'argomentazione talmente nota da costituire parte del nostro senso comune: l'etimo di molti termini greci riguardanti percezione e pensiero (*theorein*, *gignoskein*, ecc.: ivi: 4) testimonierebbe l'eterno privilegio accordato dall'Occidente alla vista. In altre circostanze, Carchia propone invece un contributo originale al problema. Se è chiaro che Afrodite è la dea della bellezza, nota il filosofo, soprattutto nei testi omerici il suo epiteto distintivo è di essere divinità «aurea». Lo splendore visivo dell'oro racchiuderebbe la quintessenza dell'apparire, di quel che colpisce i nostri sensi (ivi: 6).

Si tratta di un'intuizione importante perché in grado di leggere in termini compiutamente materialisti il problema estetico della bellezza. Non più un'esaltazione idealizzata e razionalista del tempo classico, ma una rilettura propriamente antropologica: il «grande contrassegno attribuito al bello dalla riflessione arcaica» coincide con la «sua dimensione afroditica» (*ibid.*). Il bello torna finalmente alla corporeità dei sensi, prende distanza dal carattere religioso della contemplazione. Decisivo il primo movimento: «ciò che la sapienza pre-omerica ha inteso col termine “bellezza” lo si capisce solo attraverso il mito di Afrodite» (ivi: 7). Discussibile, invece, il secondo: riportare Afrodite al paradigma della bellezza estetica come disinteressata percezione oculare (sulla scia del celebre incipit della *Metafisica* aristotelica o, meglio, della sua lettura tradizionale²) significa fare un passo indietro verso l'equazione «bello uguale ammirazione contemplativa».

Concentriamoci, allora, sulle due argomentazioni principali su cui si fonda il secondo movimento teorico di Carchia (Afrodite uguale bellezza oculare). Una è esplicita e descritta con rigore: per l'idea greca di bellezza sono centrali gli occhi di Afrodite perché sarebbe il suo stesso «mito» a mostrarlo (ivi: 7). L'altra è implicita giacché appartiene a una tradizione filosofica di matrice platonica³: l'olfatto sarebbe senso primordiale legato al muto corpo animale e non alla bellezza estetica propria dell'*Homo sapiens*. Gli odori sarebbero l'ovvio parente prossimo di quel che «nell'ambito di questa esperienza del vedere» rappresenta «il limite tenebroso [...] rappresentato dalla materia che, come noterà Plotino, si lascerà a malapena pensare» (ivi: 5).

2. L'oro di Afrodite e i profumi di Adone

Non v'è dubbio che lo splendore della dea dell'amore sia legato all'oro e ai suoi scintillanti cromatismi. Sarebbe rischioso, però, limitarsi a questo. Della «genealogia» di Afrodite fa parte senz'altro la «*Teogonia* di Esiodo», come nota il filosofo italiano, ma considerare quella la «più genuina» pare riduttivo (ivi: 7). Il volto percettivo della dea, infatti, è visivo solo in parte. Il suo incantevole profilo sarebbe inconcepibile senza il naso che lo contraddistingue.

Il mito della dea è saldamente ancorato a un panorama odoroso. Afrodite nasce nell'isola di Cipro, isola profumata per definizione (ancora oggi l'italiano «cipria» testimonia il legame), terra del mirto e della rosa. Il mirto è pianta sacra alla dea (Detienne 1972: 79), è usato per le corone da indossare nelle cerimonie nuziali. Si

² Per una discussione del problema e una interpretazione tutt'altro che contemplativa del passo (*Met.*: 980a 21-27) sono costretto a rimandare a Mazzeo 2021.

³ Per una prima ricostruzione si veda Jaquet 2010. In verità anche Platone riserva sorprese (ivi: 247 sgg.). Sarebbe necessaria pure un'indagine approfondita circa la complessità, e le ambivalenze, della posizione aristotelica (cfr. ad es. Johansen 1996; Baltussen 2015).

tratta, in realtà, di un termine ambiguo da un punto di vista sia semantico che rituale. Per un verso la parola «murton» si riferisce alla pianta utilizzata a Cipro (Belgiorno 2007a: 41) e in Mesopotamia (Casanova 2008: 168) per la produzione di profumi già dal Bronzo medio. Per un altro, il vocabolo indica il sesso femminile (Rocci 1943: 1262). Il mirto, inoltre, è impiegato non solo per i matrimoni ma anche per le cerimonie funebri (Bodiou, Mehl, 2008a: 169). È proprio questa pianta, in altre parole, a incarnare l'ambivalenza di Afrodite, dea creatrice e distruttrice, che seduce e odia, ama e vendica. Una simile ambivalenza è centrale anche per l'analisi di Carchia (1999: 16 e sgg.) per il quale, anzi, è la diversa gestione di questa duplicità a caratterizzare le varie opzioni teoriche della Grecia antica circa la bellezza: c'è chi la rimuove (Platone), chi la circoscrive (Aristotele), chi la esalta (i sofisti). Quest'idea, preziosa e interessante, rischia di perdere il proprio potenziale produttivo se la si sacrifica a una concezione riduttiva del mondo greco, focalizzata sugli occhi o, al massimo, sulle orecchie dell'*Homo sapiens*. L'ambivalenza della dea della bellezza è intensa, «non qualcosa di statico, di immobile, [...] il risultato della lotta e della cooperazione di un insieme di momenti» (ivi: 9), *proprio perché oscilla tra più modalità sensoriali*. Stupisce gli occhi, colpisce le narici.

Un'Afrodite tutta visiva è, in altre parole, un'Afrodite addomesticata perché privata di buona parte dell'ambivalenza simbolica, percettiva e pulsionale legata all'aura olfattiva di mirto e rosa. Le sue punizioni possono prendere le vesti inquietanti delle «puzze» che «rendono nauseabonde le donne di Lemno poiché avevano trascurato di offrirle sacrifici» (Squillace 2015a: 25); il suo intervento può assumere viceversa la funzione protettrice dell'«olio di rose» in grado di tener lontano la minaccia dei cani (*Il.*, XXIII: 184-187) e manifestare il potere curativo degli aromi (Squillace 2015b: 173).

A tal proposito, se il mirto incarna l'ambivalenza della dea, la rosa ne testimonia il successo seduttivo: il suo odore, afferma risoluto Aristotele, è «sempre gradevole» (*Probl.* XXVIII: 950a 16); il *rhódimon* (da *rhodon* «rosa») è il profumo più diffuso del mondo antico⁴ (Massar 2008: 100), uno dei pochi del quale ci sia giunta la ricetta di composizione secondo diverse varianti (Nicolas-Duval 2008: 160). Non a caso, i termini greci *afrodisiakós*, *afrodisiastikós* indicano, come l'italiano «afrodisiaco», una sostanza in grado di spingere verso un amore di ordine non certo solo visivo. Di solito si tratta di una pozione, di un vino o per l'appunto di un profumo. Il tema della pozione magica o del filtro d'amore rafforza il profilo odoroso della dea. Secondo il mito, la maga esperta in filtri è Iynx, figlia di Peitho (la persuasione) o, secondo un'altra versione, della ninfa Eco (Detienne 1972: 102). Nel contempo, Iynx è anche il nome di un uccello e di uno strumento di magia erotica inventato da Afrodite (ivi: 101). Si tratta di una rotella caratterizzata da due fori attraversati da una cordicella che, muovendosi, è in grado di creare un rumore ipnotico. Il movimento veloce dell'oggetto riproduce la mobilità del collo dell'omonimo uccello (in italiano il «torcicollo»). Lo Iynx produce un rapimento visivo, certo, ma in maniera secondaria e indiretta. Il congegno agisce sulla sua vittima orientandone lo sguardo, dirigendone gli occhi grazie a una forza percettiva di ordine diverso, non visiva. Come il collo è alla base della testa e perno per gli occhi, così lo Iynx è il perno ipnotico che precede ogni visione. Il termine richiama un incantamento erotico-animale: a volte acustico (è il caso del rospo), spesso olfattivo. Lo Iynx per antonomasia è esercitato da un animale eccezionale che, secondo la zoologia mitica (e ancora aristotelica, *Probl.* XIII: 907b 35-36), coincide con la pantera. Si tratta di un animale misterioso e seduttivo, in grado di catturare le prede grazie a una caratteristica

⁴ La sua importanza non è messa in discussione neanche dagli studiosi più scettici circa il commercio dei profumi prima del VII secolo a.C. (Dodinet 2008: 90). Uno dei pionieri dell'archeologia sperimentale italiana, Giuseppe Donato (1989), ha provato a riprodurre il *rhódimon* seguendo alcune delle ricette di cui si ha testimonianza ottenendo un composto piuttosto dolce e, poiché l'olio di base è d'oliva, pure commestibile (spesso i profumi nel mondo antico erano aggiunti a cibo e vino).

esclusiva: mentre gli altri animali sono caratterizzati da odori ferini e respingenti, la pantera attira le prede grazie al suo profumo irresistibile. La *párdalis* o *panther*⁵ è una forma di vita il cui ritratto olfattivo ripropone l'ambivalenza dell'amore afrodisiaco: per un verso è seduzione onnipotente; per un altro precorre l'intelligenza strategica umana della *phrónesis* (sull'etimo olfattivo della parola torneremo nel prossimo paragrafo). La pantera è straordinaria perché, come gli umani, «sa fare il morto», caccia e inganna, tradisce e organizza agguati (Detienne 1977: 65-67).

Sia chiaro: non solo Afrodite ma *ogni divinità greca ha il proprio naso, cioè una specifica dimensione olfattiva* (per approfondimenti: Squillace 2015a: 21 sgg.). Quando appare tra gli umani il divino diffonde nell'aria un odore soave (*l'enodia*: Bodiou, Mehl 2008b: 149); il cibo del quale si nutrono gli dèi, l'ambrosia, è un aroma «immortale» (*ámbrotos*, Squillace 2010: 63; Giordano 2019: 18-19). Afrodite, però, di questa costellazione mitico-rituale di ordine olfattivo rappresenta il centro. Come mostra Detienne (1972), è la figura di Adone a sottolineare, una volta di più, la presenza degli aromi nel mondo della dea dell'amore. Il mito è noto: Teia, re d'Assiria, ha una figlia di nome Smirra (o Mirra). Afrodite comincia a odiarla poiché questa evita di renderle omaggio: per punirla le ispira amore per il padre. Mirra riesce a ingannarlo e a passare dodici notti con lui prima che questi si renda conto di quel che sta succedendo. Quando Teia si lancia verso la figlia per ucciderla, Smirra supplica gli dèi di aiutarla e questi la trasformano in un albero chiamato Smyrna (o Myrrha). Dopo nove mesi, la scorza dell'albero si apre e ne esce un bambino di nome Adone.

Nel mito, il volto ambivalente di Afrodite emerge in tutta la sua forza. Per un verso, è dea che odia, punisce, inganna, nasconde, sottrae. La sua punizione consiste in un amore tanto irresistibile da infrangere un tabù centrale per ogni assetto culturale. Il potere distruttivo di Afrodite assume una connotazione innanzitutto olfattiva: la madre di Adone è l'albero della mirra, è questo aroma a dar vita al frutto di un ripetuto incesto. Per un altro, *ad essere odorosa non è solo la violazione del tabù ma anche la struttura del suo contenimento simbolico*. Nel mito di Mirra, il ruolo dell'olfatto afrodisiaco è duplice. Mirra è la figlia incestuosa; Myrrha è l'albero che genera il frutto dell'atto proibito. Il lieve slittamento nominale traveste e indica lo sforzo di un'intera cultura. Grazie alla trasformazione in una pianta aromatica, anzi *nella pianta aromatica per antonomasia* (Squillace 2015), la trasgressione trova la sua via di fuga: può esser detta e, contemporaneamente, contenuta. La figlia, facendosi pianta aromatica, diventa frutto rappresentabile di una trasgressione altrimenti indicibile. L'olfatto non costituisce solo il luogo sensoriale nel quale è possibile rappresentare lo stato di crisi di un mondo culturale (idea che, presa da sola, può ancora esser usata a riprova della presunta essenza animale degli odori), ma forma anche l'alveo estetico e linguistico nel quale rintracciare strumenti per la sua risoluzione.

3. L'anemone del discorso: fiuto per le parole, fiori privi di odore

Proviamo a tirare le fila del discorso. Sebbene una tradizione accreditata, ancora dominante⁶, sottolinei lo strapotere della percezione visiva sin dagli albori della cultura

⁵ I due termini del greco antico si riferivano a un animale non del tutto a fuoco dal punto di vista categoriale identificabile nella pantera ma anche nel leopardo e nel ghepardo.

⁶ Si tratta di una tradizione che, oggi, conosce più di una crepa poiché deve fare i conti con un tenace controcanto. Oltre alle recenti ricerche di antropologia cognitiva di Majid, occorre quantomeno citare gli studi della cosiddetta «sensory history» (per un bilancio: Mark 2019) e l'antropologia sensoriale nata negli anni Novanta (per una rassegna critica: Cavalieri 2009), anche se quest'ultima si è mostrata permeabile alle ipotesi di Sperber («come ha osservato Sperber gli odori bypassano tutte le forme di comunicazione», «l'olfatto è privo di linguaggio», Howes 1991: 133 e 140).

occidentale, è possibile rintracciare un filo odoroso, nascosto ma resistente, in grado di modificare il quadro. L'idea che la bellezza greca sia solamente visiva trova un ostacolo ingombrante in figure mitico-religiose (Adone, Mirra ma anche Dioniso⁷) legate alla figura di Afrodite e centrali nell'universo simbolico-rituale della Grecia antica. Per questa ragione, l'intuizione di Carchia dalla quale siamo partiti è preziosa e, allo stesso tempo, fuorviante: la dea è una figura centrale per l'idea greca della bellezza, è vero, *proprio perché però figura aromatica, non solo aurea e oculare*. Afrodite è al centro di un'ampia costellazione estetico-rituale che attinge alle più diverse sfumature dell'esperienza percettiva. È proprio la multisensorialità estetica della divinità a ribadire l'inadeguatezza del «visual paradigm» (Grand-Clément, Ribeyrol 2022: 5) secondo il quale, in buona sostanza, per gli umani percepire significherebbe vedere.

L'espulsione del naso dal volto di Afrodite si fonda, lo dicevamo prima (par. 1), su un assunto implicito, per questo potente: l'odore sarebbe «anonimo» (*anónimos: Timeo, 67a 1*), a corto di generi, specie e parole. La tesi è messa in discussione da un secondo ordine di dati. La mitologia greca rivela una ricca presenza simbolica degli odori perché è raccontata in una lingua che testimonia un'attenzione all'olfatto superiore alle attese. In questa sede sarà possibile fornire solo un paio di campioni rappresentativi di una simile ricchezza. Il primo è direttamente verbale: concentreremo l'attenzione su alcune parole chiave del lessico greco antico in grado di controbilanciare il luogo comune secondo il quale i vocaboli legati alla conoscenza sarebbero solo di origine visiva. Il secondo sarà, invece, di tipo tecnico: già in età arcaica in Grecia gli odori *vengono costruiti* (par. 4) tramite l'ideazione e il commercio di profumi. Entrambi i dati saranno utili per controbattere all'idea che l'olfatto costituisca per i *sapiens* un senso primitivo, a corto di parole e dunque inagibile per un'antropologia della bellezza.

Abbiamo visto che, per sostenere la superiorità quasi esclusiva della vista nella tradizione occidentale, spesso si ricorre a una serie di dati etimologici. Come ricorda Carchia (tanti altri prima e dopo di lui), molte parole greche legate alla conoscenza sono di matrice visiva. Forse il caso più impressionante è costituito dal verbo *oraō* («vedere») che al perfetto significa «sapere» (*oida: «ho visto», dunque «so»*). Casi del genere non escludono, però, che anche l'olfatto svolga una parte importante nel lessico conoscitivo greco. Ricordiamolo: non è in gioco una nuova gerarchia sensoriale (olfatto come senso primo), ma l'esistenza di un ricco filone olfattivo nella cultura occidentale⁸.

A tal proposito, alcuni studi etimologici vengono in nostro aiuto. La linguista Rossana Stefanelli (2006a; 2006b) ha cercato di ricostruire la storia lessicale di una radice importante: nella lingua greca *phron-* è alla base di molti termini che riguardano il senno e la ragione. Il verbo *phroneo*, e l'insieme di composti che fanno riferimento alla radice (*allophroneo* «pensare ad altro, non esser padroni di sé»; *dusphrone* «tristezza», ecc.), vuol dire per l'appunto «aver mente e senno, giudicare rettamente, capire, dare consiglio» ma anche «avere in mente, pensare» (Rocci 1943: 1983-1984). Soprattutto è una radice alla base del termine *phronesis*, che nella filosofia aristotelica avrà particolare fortuna: «pensiero, saggezza, prudenza, sapienza» (*ibidem*). Secondo l'opinione più diffusa, si tratterebbe di formazioni derivate dal sostantivo *phrén* («diaframma, cuore», ma anche «animo, mente»). Stefanelli, invece, suggerisce che questa radice sia legata all'indoeuropeo **bʰren-* dalla quale deriverebbero sia *phronéo* che *phrén*, appartenenti all'area semantica del «bruciare, riscaldare» (Stefanelli 2006a: 284). Il funzionamento del pensiero umano sarebbe legato alla respirazione in maniera derivata perché farebbe

⁷ Per motivi di spazio non è possibile approfondire una figura decisiva che, solo per dirne una, Anacreonte definisce compagna di Afrodite (Otto 1933: 185). Su Dioniso, odori e il loro presunto mistero: Mazzeo 2012.

⁸ Uno snodo decisivo di questa trasformazione risale alla metà del XVIII secolo (Corbin 1982) con la deodorizzazione di ambienti e corpi.

riferimento, almeno in origine, a una continua attività di combustione. Da Eraclito ad Aristotele, da Prometeo a Dioniso l'olfatto è una forza calda vicina a quella del fuoco (Stefanelli 2006b: 52-56). Nel suo trattato, Teofrasto insiste a più riprese sulla relazione tra calore e profumo (cfr. ad es. *De odor.*: 21, 40). La combustione è la via privilegiata per rappresentare il passaggio da umano a divino: è proprio nella *Teogonia* di Esiodo che si sottolinea l'importanza decisiva del bruciare sacrifici su «altari odorosi» (Giordano 2019: 23) per mantenere aperta questa via di scambio simbolico grazie agli aromi e agli odori di quel che brucia (Detienne 1972).

Avrebbe origine simile un altro termine cardine della psicologia greca, *thumós*. La parola ha uno spettro semantico ampio: «animo, volontà, desiderio, mente, coraggio, ira». L'etimologia è discussa perché esistono due verbi omofoni dai quali è possibile far derivare il sostantivo: uno (*thuo*, *thuno*) significa «mi affretto, mi getto»; l'altro (*thuo*, *thumiao*) vuol dire «sacrifico, faccio fumare, profumare». Da quale farlo derivare? Secondo Stefanelli, si tratterebbe di un'area semantica unica. L'agitazione furente, il calore, il fumo e il profumo formerebbero un'area estesa ma omogenea. *Thumós* indicherebbe in origine l'aria calda eccesso di una combustione che si alza verso l'alto e proprio per questo fonte di energia vitale, fisica, emotiva ed intellettuale (Stefanelli 2006a: 291). Ecco che così l'idea del fumo, legame originario tra uomini e dei (non dimentichiamo che il latino *fumus* è legato proprio a *thumós*), è coerente con la trasformazione successiva per la quale la mente degli uomini farebbe da raccordo grazie al suo funzionamento pirico-aromatico. Poiché gli odori salgono caldi nell'aria, nella cultura greca sono strutturalmente portati a fare da mezzo di collegamento: *il fumo è una mente esteriorizzata; la mente è fumo interno al corpo*.

L'olfatto è alla base di un sistema simbolico che spicca, dunque, per una caratteristica distintiva. Non connette entità qualsiasi ma getta un ponte con realtà altre, quasi irraggiungibili, il regno dei morti e degli dèi. Gli odori sono vicini agli uccelli, agenti di confine destinati a vivere tra mondi diversi. Gli *Uccelli* di Aristofane si ribellano bloccando le libagioni fumose che gli uomini dedicano agli dèi a dimostrazione che fumo e ali svolgono funzioni simili. Per questo motivo, è particolarmente esemplificativa, dopo *phroneo* e *thumós*, una parola in apparenza secondaria. «Anemòne» è il termine greco che differisce solo per l'accento dal nome italiano che indica un fiore dotato di due caratteristiche: si disperde facilmente al vento (*ànemos* è il vento); è sgargiante alla vista ma privo di profumo. In greco esistono almeno un paio di modi di dire simili alla locuzione, in italiano ancora corrente, «parole al vento»: per Omero *anemóliabazein* significa «dire sciocchezze» (lett. «cose ventose», *Od.*, XI: 465), per Luciano *anemónai logon* è il «discorso che il vento disperde» (lett. «dire anemoni», Rocci 1943: 143).

La vuotezza delle parole è imparentata a più riprese con il vento (Chantraine 1968-80: 82). La prima ragione che viene in mente è di tipo acustico: quando c'è vento, le parole non si odono. Se si riflette, però, questo è il senso dell'espressione italiana «dire parole al vento» (cioè che nessuno ascolta) ma non di Omero e Luciano. Il senso, qui, è invertito. È possibile che il riferimento all'anemone non sia affatto generico o casuale. Come ricorda Detienne (1972: 162), il fiore assume un ruolo importante nel mito di Mirra (par. 1): l'anemone sarebbe nato dal sangue di Adone perché «effimero», «fragile», «sterile», «fiore inodore» tanto da farne una «rosa senza profumo» (ivi: 162-163). Le espressioni proverbiali greche non si riferiscono a una parola sensata che nessuno ascolta, bensì a una parola avvertita ma vuota. Mentre il senso dell'espressione moderna si lega al carattere ventoso-uditivo dell'immagine, le locuzioni antiche sembrano far riferimento anche ad altro, a una vuotezza percettiva, a un'assenza che trova il proprio corrispettivo nella mancanza di odore di un fiore all'apparenza vivace. La sciocchezza consiste in

questo: in una parola all'apparenza sensata che, subito dopo, si rivela priva di fondamento.

L'anemone è il fiore della riscossa olfattiva perché traccia di un rovesciamento capzioso: nel mondo greco non è l'olfatto silente giacché anonimo (Platone), ma è l'anonimia a poter esser misurata in termini odorosi perché la parola vuota è come un fiore senza profumo.

4. Il profumo: oggetto tecnico della bellezza

Prima di concludere questo affondo, ovviamente parziale, nella genealogia olfattiva della bellezza nell'antica Grecia è necessario fronteggiare due obiezioni. La prima: Carchia insiste sulla «irresistibilità» di Afrodite che, si precisa, non corrisponde però a un richiamo erotico. «In Eros non vi sono la leggiadria e amabilità come in Afrodite. [...] In Afrodite manca il punto di vista soggettivo, la dimensione della mancanza, del bisogno. Non c'è chi cerca e chi è cercato, ma si dà invece una situazione di scambio» (ivi: 8-9). L'olfatto non è forse senso dell'eros, del bisogno e della mancanza?

Senz'altro è anche questo. Ciò non vuol dire, tuttavia, che l'*aisthesis* odorosa sia ridicibile all'attività seduttiva. D'altro canto, anche la vista assume, spesso e volentieri, un ruolo decisivo nelle dinamiche dell'attrazione e del corteggiamento. Proviamo, allora, a dirlo in un altro modo. Nel mondo greco si profila un doppio binario olfattivo. Possono darsi odori del bisogno e odori della bellezza. È un punto, spesso negletto, sul quale si concentra Aristotele. Esistono *due specie* di odori (*De sensu*: 443b 17 sgg.). Una è comune agli animali umani e non umani ed è la più facile da definire perché coincide con la zona di sovrapposizione tra gusto e olfatto. Questa maggiore facilità classificatoria ha origine da un prestito: i nomi delle specie olfattive derivano da quelle del palato ed è così che possiamo parlare di fragranze dolci, amare, grasse, salate, piccanti, acri, aspre e acide (*De anima*: 422b 12-14). L'altro tipo di olfatto è specificamente umano (e olfattivo!) giacché riguarda gli odori che non sono legati al gusto e a stati transitori come la fame o la sete. Si tratta di forme percettive autonome, di odori non accidentali: sono «odori gradevoli per sé (*kath' autás*) come quelli dei fiori» (*De sensu*: 443b 27). L'organizzazione binaria dell'olfatto apre la strada a una via odorosa indipendente da stati di bisogno e mancanza. L'oggetto tecnico chiamato «profumo» si offre come candidato eminente di una dimensione in grado di concedere cittadinanza alla bellezza olfattiva.

Una seconda obiezione può emergere dal confronto con un altro passaggio delle argomentazioni proposte da Carchia. *Estetica antica* ripercorre i diversi modi con i quali il tema della *poiesis*, cioè dell'azione con opera, s'intreccia con il concetto greco del bello. Al di là delle diverse curvature (democritea, platonica o aristotelica), Carchia insiste sul fatto che tale connessione esiste ed è necessaria. Il bello ha a che fare con una *mimesis* che «non significa banalmente imitazione [...], piuttosto “autorispecchiamento” come processo entro il quale viene all'apparire, come bellezza, l'essenza della vita» (ivi: 14).

Il profumo è un candidato plausibile per il ruolo di *oggetto mimetico di ordine olfattivo*. È il frutto di un processo produttivo, cioè poietico: è l'opera che resta dopo un complesso di azioni costruttive, «odori [...] prodotti attraverso la *techne*» (Teofrasto, *Deodor.*: 7). Già nel II millennio a.C. esiste in Occidente un atelier per la produzione industriale di oggetti tecnici odorosi i cui resti sono stati ritrovati da una equipe archeologica italiana nell'isola di Cipro, presso la località di Pyrgos. Questo ritrovamento è particolarmente interessante perché testimonia che la produzione tecnica dei profumi è *arcaica* e *non isolata*. È arcaica perché se la si paragona alla lavorazione di altri oggetti tecnici sofisticati di diversa matrice sensoriale si scopre che la data del secondo millennio non è poi così recente. Il vetro, ad esempio, ha tempi archeologici simili a quelli degli oggetti tecnici profumati: i primi ritrovamenti di semilavorati vetrosi nel Caucaso e in Egitto risalgono

proprio al III/II millennio a.C., mentre l'estrazione di essenze vegetali in Mesopotamia risale alla seconda metà del III millennio (Casanova 2008: 168). Si tratta di una produzione non isolata perché a Pyrgos è stata ritrovata un'officina polivalente che, oltre ai profumi, produceva olio e metalli. La costruzione culturale di specifiche esperienze aromatiche si realizza all'interno di un panorama tecnico sofisticato che spazia dall'ulivo al bronzo.

I profumi realizzano quelli che Aristotele chiama «odori gradevoli per sé»: sono talmente «per sé» da non costituire la risposta percettiva a un bisogno precedente (la fame, la sete, la pulsione sessuale) ma la costruzione di una *aisthesis* prima sconosciuta. A partire dall'odore dei fiori cui si riferisce Aristotele si producono, già nel mondo antico, nuove fragranze che in natura non si danno.

Dal *Trattato sugli odori* di Teofrasto emerge, inoltre, che i nomi di profumi in greco sono formati da una desinenza specifica (-*inon*), la cui radice non si riferisce semplicemente alla materia prima. Al contrario di chi sostiene la primitività cognitivo-linguistica dell'olfatto⁹, Plinio il vecchio specifica che il vocabolario olfattivo ha le origini più diverse: può provenire dal luogo di produzione, dagli ingredienti, da alcune piante, dal nome del suo artefice o da altro (Squillace 2010: 120), ad esempio da trasformazioni storiche legate alle vicissitudini del profumo. Quando Teofrasto (*De odor.*: 30) parla dell'*amárikon*, letteralmente «profumo alla maggiorana», definisce il nome «ingannevole» (*pseudónumos*) perché questo profumo non conteneva quel vegetale. Non si tratta di una menzogna. Siamo alle prese, piuttosto, con la variazione regionale di un profumo che altrove ha un nome diverso (*sampsuchinon*, nome la cui etimologia rimane incerta): a Cipro e in Sicilia si utilizza il primo termine, il secondo in Egitto e in Siria probabilmente sulla base di strategie commerciali differenti (Nicolas 2008: 36). Poiché la maggiorana è legata ad Afrodite, nelle province di tradizione greca questo nome è in grado di esercitare un'attrattiva maggiore¹⁰.

È difficile non esser d'accordo, dunque, con Grand-Clement e Ribeyrol (2022: 6): «oggi i classicisti devono combattere contro una forma di “amnesia olfattiva” affinché venga infranta una visione sanificata – se non insipida – del mondo antico». Il lavoro da fare per raggiungere l'obiettivo, però, è ancora enorme. Sarà necessario, innanzitutto, riuscire a porre sotto un unico ombrello teorico i due binari cui prima si accennava: da un lato la fisiologia dell'olfatto e la percezione degli odori; dall'altro le tecniche di composizione e la storia culturale dei profumi. Si tratta di un punto cieco che affligge tutt'oggi la ricerca (Burr 2002)¹¹. Afrodite, sostiene giustamente Carchia (1999: 9), si distingue da Eros quando dal mero bisogno porta l'*aisthesis* verso «una situazione di reciprocità, di scambio». *La Grecia antica mostra che l'olfatto è in grado di rispondere alla sfida*. Nella versione culturale, gli odori non rappresentano l'anonimato senza genere e specie di Platone, ma la via di collegamento (di reciprocità e scambio) fra interno della mente ed esterno del fumo che s'innalza, tra cose ultime e penultime tramite il levarsi in cielo degli aromi

⁹ Scrive Dan Sperber (1974: 115) in una pagina destinata a essere influente: «non mancano termini ed espressioni per designare gli odori, ma quasi sempre lo fanno in termini di cause o di effetti».

¹⁰ A proposito del rapporto tra odori e culture occidentali antiche o arcaiche abbiamo un'altra tipologia di dati storici in grado di smitizzare la presunta distanza dell'olfatto dalle facoltà simboliche. In più di un modo, l'olfatto ricorre in strutture bifacciali: sia in Oriente che in Occidente le monete (IV/III sec. a.C.) riportano ritratti di incensieri (Prost 2008: 100) o di fiori legati alla produzione di profumi (Spinelli, in stampa); secondo fonti più tarde (Ateneo cit. in Squillace 2010: 156), Giano, il dio bifronte, oltre ad essere il primo a coniare monete era stato l'inventore delle corone profumate in voga nella Grecia antica; alcuni contenitori per profumi risalenti al II millennio a.C. hanno la forma di statue bifacciali (leone da una parte, scimmia dall'altra: Casanova 2008: 171); in Egitto la mirra è utilizzata per produrre inchiostro (Bruwier 2008: 78).

¹¹ E non solo. È probabile che *Il profumo* di Süskind, successo della letteratura contemporanea ormai divenuto un classico, viva e soffra proprio di questa duplicità (Mazzeo in stampa b).

sacrificali. Nella versione produttiva, gli odori non costituiscono una sbiadita imitazione del dato naturale, ma danno vita a *profumi*, modalità d'esperienza nuove e tecnicamente riproducibili: «sarebbe meglio», ricorda Paul Faure (1987: 177) «convenire sul fatto che questi prodotti di lusso, elaborati con cura infinita, fossero dei veri e propri oggetti artistici»¹².

Bibliografia

Aristotele (*De anima*), *PERI PSUCHES (L'anima*, trad. it. di G. Movia, Bompiani, Milano 2001).

Aristotele (*Meth.*), *TA METHA TA PHYSICA (Metafisica*, trad. it. di G. Reale, Bompiani, Milano 2000).

Aristotele (*De sensu*), *PERI AISTHESEOS KAI AISTHETON (La sensazione e i sensibili*, trad. it. di A.L. Carbone, in Aristotele, *L'anima e il corpo. Parva Naturalia*, Bompiani, Milano 2002, pp. 66-129).

Aristotele (*Probl.*), *PROBLEMATA (Problemi*, trad. it. di M.F. Ferrini, Bompiani, Milano 2002).

Baltussen, Han (2015), *Ancient Philosophers on the Sense of Smell*, in H. Baltussen (ed. by), *Smell and the Ancient Senses*, Routledge, London, pp. 30-45.

Belgiorno, Maria Rosaria (2007a), *L'isola di Afrodite e i suoi profumi vecchi quattromila anni*, in Belgiorno 2007b: 33-60.

Belgiorno, Maria Rosaria (a cura di) (2007b), *I profumi di Afrodite e il segreto dell'olio. Scoperte archeologiche a Cipro*, Gangemi, Roma.

Benjamin, Walter (1936), *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit in Schriften*, Suhrkamp, Frankfurt a. Main 1955 (*L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, trad. it. di E. Filippini, in W. Benjamin, *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica. Arte e società di massa*, Einaudi, Torino 2000, pp. 17-56).

Benjamin, Walter (1939), *Über einige Motive bei Baudelaire (Di alcuni motivi di Baudelaire*, trad. it. di R. Solmi, Einaudi, Torino 1995, pp. 89-130).

¹² In un futuro che si auspica prossimo, sarà opportuno stabilire se sia possibile un rovesciamento storico-argomentativo: considerare il profumo non come un prodotto artigianale primitivo ma, invece, come *esperienza estetica d'avanguardia*. Non è escluso che il profumo possa rappresentare il precursore della riproducibilità dell'opera d'arte in epoche in cui essa non era, di solito, tecnicamente riproducibile (Benjamin 1936). Il profumo come forma precoce, per questo ritenuta sospetta, di quel che Walter Benjamin (1939: 95 sgg.) chiama «choc».

Bodiou, Lydie, Frère, Dominique, Mehl, Véronique (sous la dir. de) (2008), *Parfums et odeurs dans l'antiquité*, Presses Universitaires de Rennes, Rennes.

Bodiou, Lydie, Mehl, Véronique (2008a), *Parfums de passage: naissance, mariage et funérailles en pays grec*, in Verbanck-Piérard, Massar, Frère 2008: 165-173.

Bodiou, Lydie, Mehl, Véronique (2008b), *Sociologie des odeurs en pays grec*, in Bodiou, Frère, Mehl 2008: 141-163.

Bruwier, Marie-Cécile (2008), *Essences et renaissance en Égypte pharaonique*, in Verbanck-Piérard, Massar, Frère 2008: 75-82.

Burr, Chandler (2002), *The Emperor of Scent. A True Story of Perfume and Obsession*, Random House, New York (*L'imperatore del profumo. Uno scienziato alla ricerca dei segreti dell'essenza perfetta*, trad. it. di R. Zuppet, Rizzoli, Milano 2005).

Carchia, Gianni (1999), *L'estetica antica*, Laterza, Roma-Bari.

Casanova, Michèle (2008), *Parfums et fards au proche-orient ancien de l'Asie centrale à la Méditerranée, IV-II Millénaire Av. J.-C.*, in Bodiou, Frère, Mehl 2008: 167-178.

Cavaliere, Rosalia (2009), *Il naso intelligente. Cosa ci dicono gli odori*, Laterza, Roma-Bari.

Chantraine, Pierre (1968-1980), *Dictionnaire étymologique de la langue grecque: Histoire des mots*, Klincksieck, Paris.

Corbin, Alain (1982), *Le miasme et la jonquille. L'odorat et l'imaginaire social, XVIIe et XXe siècles*, Aubier Montaigne, Paris (*Storia sociale degli odori*, trad. it. di F. Saba Sardi, Bruno Mondadori, Milano 2006).

Detienne, Marcel (1972), *Les jardins d'Adonis*, Éditions Gallimard, Paris (*I giardini di Adone*, trad. it. di L. Berrini Pajetta e A. Ghilardotti, Raffaello Cortina, Milano 2009).

Detienne, Marcel (1977), *Dionisos mis à mort*, Éditions Gallimard, Paris (*Dioniso e la pantera profumata*, trad. it. di M. De Nonno, Laterza, Roma-Bari 2007).

Diaconu, Madalina (2005), *Tasten, Riechen, Schmecken. Eine Ästhetik der anästhesierten Sinne*, Würzburg, Königshausen & Neumann.

Dodinet, Élisabeth (2008), *Huiles et onguents parfumés dans le monde grec à l'Âge du Bronze (ca. 330-1220 av. J.-C.)*, in Verbanck-Piérard, Massar, Frère 2008: 83-93.

Donato, Giuseppe (1989), *Experimental Archeology*, in G. Donato, M. Seefried, *The Fragrant Past. Perfumes of Cleopatra and Julius Caesar*, Emory University Museum of Art and Archeology, Atlanta, April 5 - June 25 1989, Istituto poligrafico e Zecca dello Stato, Roma, pp. 13-17.

Faure, Paul (1987), *Parfums et aromates de l'Antiquité*, Fayard, Paris.

Giordano, Manuela (2019), *Odori divini e fumo di grigliata tra la Grecia e il Tiergarten*, in V. Bochicchio, M. Mazzeo, G. Squillace, *A lume di naso. Olfatto, profumi, aromi tra mondo antico e contemporaneo*, Quodlibet, Macerata, pp. 15-31.

Grand-Clément, Adeline, Ribeyrol, Charlotte (2022), *The Fragrant and the Foul. What did Antiquity Smell Like?*, in A. Grand-Clément, C. Ribeyrol, *The Smell and the Senses of Antiquity in the Modern Imagination*, Bloomsbury, London, pp. 1-23.

Howes, David (1991), *Olfaction and Transition*, in D. Howes (ed. by), *The Varieties of Sensory Experience. A Sourcebook in the Anthropology of the Senses*, University of Toronto Press, Toronto, pp. 128-147.

Jaquet, Chantal (2010), *Philosophie de l'odorat*, PUF, Paris.

Johansen, Thomas K. (1996), «Aristotle on the Sense of Smell», *Phronesis*, 41, pp. 1-19.

Massar, Natacha (2008), *Vases à parfum de Grèce de l'Est: raffinement des formes et des couleurs*, in Verbanck-Piérard, Massar, Frère 2008: 97-100.

Mazzeo, Marco (2012), «Segreti o misteri? L'olfatto di Dioniso e le parole per dirlo», *Bollettino filosofico dell'università della Calabria*, XXVI, pp. 263-277.

Mazzeo, Marco (2021), *Il pirata. Antropologia del conflitto*, DeriveApprodi, Roma.

Mazzeo, Marco (in stampa a), «Plato's nose. Why is the sense of smell is not an anonymous sense?», *Reti, saperi, linguaggi. Italian Journal of Cognitive Science*.

Mazzeo, Marco (in stampa b), *Odore o profumo? Il caso Süskind*, in M. Mazzeo, G. Squillace (a cura di), *Per fumum. Odori, profumi, essenze tra letteratura e storia*, Quodlibet, Macerata 2023.

Nicolas, Béatrice (2008), *Le vocabulaire de la parfumerie ancienne*, in Bodiou, Frère, Mehl 2008: 33-44.

Nicolas-Duval, Béatrice (2008), *La formule des parfums antiques: une affaire des nez?*, in Verbanck, Massar, Frère 2008: 53-60.

Omero (*Il*), *ILLADOS (Iliade, trad. it. di R. Calzecchi Onesti, Einaudi, Torino 1990)*.

Omero (*Od*), *ODUSSEA (Odisea, trad. it. di V. Di Benedetto, Rizzoli, Milano 2010)*.

Otto, Walter (1933), *Dionysos*, Vittorio Klostermann Verlag, Frankfurt a.M. (*Dioniso, trad. it. di A. Ferretti Calenda, il melangolo, Genova 2006*).

Pinker, Stephen (1997), *How the Mind Works*, Norton & Co., New York (*Come funziona la mente*, trad. it. di M. Parizzi, Mondadori, Milano 2000).

Platone, *Timaios* (*Timeo*, trad. it. di E. Pegone, Newton Compton, Roma 2010, pp. 2187-2291).

Prost, Francis (2008), *L'odeur des dieux en Grèce ancienne. Encens, Parfums et statues du culte*, in Bodiou, Frère, Mehl 2008: 97-104.

Rocci, Lorenzo (1943), *Vocabolario greco-italiano*, Dante Alighieri, Città di Castello (PG).

Roudnitska, Edmond (1977), *L'esthétique en question. Introduction à une esthétique de l'odorat*, PUF, Paris.

Shiner, Larry (2020), *Art Scents. Exploring the Aesthetics of Smell and the Olfactory Arts*, Oxford, Oxford University Press.

Smith, Mark M. (edited by) (2019), *Smell and History. A Reader*, Morgantown, West Virginia University Press.

Sperber, Dan (1974), *Le Symbolisme en Général*, Hermann, Paris (trad. ingl. di A.L. Morton, *Rethinking Symbolism*, Cambridge University Press, Cambridge 1975).

Spinelli, Mariana (in stampa), *Il significato dei fiori sui documenti monetali: alcuni esempi*, in M. Mazzeo, G. Squillace (a cura di), *Per fumum. Odori, profumi, essenze tra letteratura e storia*, Quodlibet, Macerata 2023.

Squillace, Giuseppe (2010), *Il profumo nel mondo antico*, Olschki, Firenze.

Squillace, Giuseppe (2015a), *Le lacrime di Mirra. Miti e luoghi dei profumi nel mondo antico*, il Mulino, Bologna.

Squillace, Giuseppe (2015b), *I balsami di Afrodite. Medici, malattie e farmaci nel mondo antico*, Aboca, Sansepolcro (AR).

Stefanelli, Rossana (2006a), «Tra morfologia e sintattica: *aesíphron*, *chalíphron*, *melíphron*», *Quaderni del dipartimento di linguistica-Università di Firenze*, 16, pp. 39-59.

Stefanelli, Rossana (2006b), *Dalla temperatura al temperamento. Per l'etimologia di *phrén*, *phronéo*, *thumós**, in P. Cuzzolin, M. Napoli, *Fonologia e tipologia lessicale nella storia della lingua greca*, FrancoAngeli, Milano, pp. 277-298.

Tellenbach, Hubertus (1968), *Geschmack und Geruch. Medienmenschlichen Elementarkontaktes*, Otto Müller Verlag, Salzburg (*L'aroma del mondo. Gusto, olfatto e atmosfera*, trad. it. di M. Mazzeo, Marinotti, Milano 2013).

Teofrasto (*De odor.*), *De odori bus* (*Sugli odori*, trad. it. di G. Squillace, in Squillace 2010: 14-59).

Verbanck-Piérard, Annie, Massar, Natacha, Frère, Dominique (sous la dir. de) (2008), *Parfums de l'antiquité. La rose et l'encens en Méditerranée*, Morlanwelz, Musée royal de Mariemont.